

**Sintesi della Ricerca ISFOL (Dicembre 2011):**  
**“Il 5x1000 come strumento di partecipazione nel nuovo modello di welfare.**  
**Un’indagine sui contribuenti e sulle associazioni di promozione sociale”**

**✚ DATI SUL 5X1000 DALLA SUA INTRODUZIONE A OGGI**

**TABELLA 1: ENTI BENEFICIARI, SCELTE DEI CONTRIBUENTI, IMPORTI IN EURO**

**Trend (TAB1):**

La maggioranza degli italiani destina il 5x1000 a un ente specifico. Si ha una “scelta espressa” quando chi firma indica il codice fiscale dell’ente a cui vuole destinare. Una “scelta generica” quando si firma senza indicare il codice fiscale di un ente destinatario.

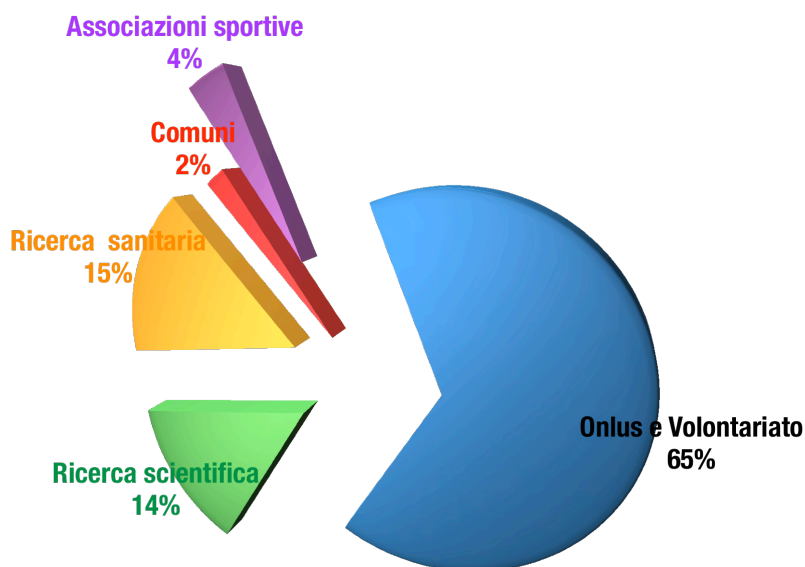
STORICO 5x1000	ENTI	SCELTE ESPRESSE	SCELTE GENERICHE	TOTALE SCELTE	IMPORTO TOTALE €
<b>2006</b>	37.260	12.745.101	2.820.209	<b>15.565.310</b>	345.292.477
<b>2007</b>	32.365	9.861.142	3.682.422	<b>13.543.564</b>	371.669.636
<b>2008</b>	77.015	11.159.516	3.493.143	<b>14.652.659</b>	415.615.826
<b>2009</b>	46.165	12.093.703	3.382.304	<b>15.476.007</b>	420.000.000
<b>2010</b>	44.499	13.085.349	3.066.767	<b>16.152.116</b>	381.878.457

FONTE: AGENZIA DELLE ENTRATE

**GRAFICO A: LE SCELTE PER IL 5X1000 DEI CONTRIBUENTI (ANNO 2010)**

**Le scelte del 2010 (Graf. A):**

Le percentuali del grafico a lato indicano gli italiani che, nel 2010, hanno scelto a quale tipologia di ente destinare il proprio 5x1000 (si tratta dei dati dell’ultimo anno ufficializzato dell’Agenzia delle entrate). Gli enti che possono beneficiare del 5x1000 sono stati suddivisi in 5 macrocategorie: **come anche negli anni passati le Onlus e il volontariato fanno la parte del leone con più del 65% delle scelte (ovvero più di 10 milioni di contribuenti).**



FONTE: AGENZIA DELLE ENTRATE

## PREMESSA

Il 5x1000 è un dispositivo di sussidiarietà fiscale che, nella sua estrema semplicità, presenta implicazioni socio-politiche notevoli: rappresenta un primo passo verso un differente rapporto tra contribuente e fisco e, allo stesso tempo, rinvigorisce i legami tra cittadino e società civile<sup>1</sup>.

Fin dal primo anno della sua applicazione il meccanismo del 5x1000 ha ottenuto, da parte dei contribuenti italiani, un'adesione maggiore di ogni previsione: 15.565.310 contribuenti hanno effettuato la relativa destinazione su un totale di 26.391.963 dichiarazioni. Furono nettamente superate le previsioni fatte in sede di finanziaria per il 2006 che ipotizzavano un'adesione intorno al 40%; questa ha invece superato il 60%.

La ricerca in oggetto (commissionata all'ISFOL dall'Osservatorio Nazionale dell'Associazionismo, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali) risponde a un'esigenza conoscitiva in un momento decisivo per la maturazione, anche normativa, di questo strumento di sussidiarietà fiscale. Nel DDL fiscale già approvato dalla Camera dei deputati e attualmente in discussione al Senato è contenuta la "stabilizzazione e razionalizzazione" dell'istituto del 5x1000.

L'indagine svolta dall'ISFOL nel biennio 2010/11 per la prima volta in assoluto pone attenzione ai contribuenti che usano il 5x1000 per sostenere gli enti di Terzo Settore (Volontariato e Onlus), esplorando le motivazioni, le scelte e le valutazioni di un campione rappresentativo dei contribuenti e le risposte messe in atto dai principali beneficiari.

## CONTENUTI DELLA RICERCA

Dalla *survey*, che ha interessato il peculiare microcosmo dei contribuenti che hanno deciso di destinare il 5x1000 al Terzo Settore, è possibile trarre in evidenza alcuni dati in grado di tratteggiare in modo convincente non solo un *identikit* sociale del contribuente, ma anche le motivazioni e le valutazioni che anticipano e seguono la scelta di destinazione, attraverso le quali si salda **un legame tra cittadino e società civile che appare quanto mai solido e duraturo**. Basti un dato preliminare, relativo alla stabilità delle donazioni: **la quasi totalità degli intervistati, 88,2%, ha firmato il 5x1000 anche nella precedente dichiarazione dei redditi, e ben l'83,5% è già certo di destinarlo per l'anno venturo, mentre un altro 13,6% donerà la quota con molta probabilità (il 97,1% è piuttosto certo di donare l'anno che verrà).**

### • I PROFILI SOCIO-DEMOGRAFICI DEI CONTRIBUENTI

I primi dati sui quali vale la pena soffermarsi sono quelli che delineano i profili socio-demografici

---

<sup>1</sup> Il 5x1000 è un istituto che è stato previsto in via sperimentale con la legge finanziaria per il 2006 e poi riconfermato negli anni successivi. Si tratta di un meccanismo che realizza una forma di democrazia fiscale che permette la libertà di scelta dei contribuenti sulla destinazione di una quota delle proprie imposte (appunto il 5x1000 dell'IRPEF). Ha infatti permesso ai contribuenti di decidere la destinazione diretta del 5x1000 dell'imposta sul reddito; ha favorito lo sviluppo della *accountability*, cioè della "resa del conto", perché l'ente che ne beneficia, se vuole essere nuovamente scelto l'anno successivo, ha interesse a dimostrare come ha speso le risorse ricevute

dei contribuenti. Dalla ricerca emergono due *cluster* molto omogenei al proprio interno: il primo costituito da **“pensionati urbani a reddito medio-basso”** e il secondo formato da **“occupati di classe media residenti in provincia”**. I profili dei contribuenti, che decidono di donare al Terzo Settore la quota Irpef del 5x1000, si caratterizzano, perciò, per uno status sociale “ordinario”: famiglie con figli (nel campione le coppie con figli sono in netta maggioranza il 56,4%), di classe media, istruite, ma non per questo di status elevato; pensionati che vivono in città, un contesto dove è più complesso far fronte ai propri bisogni sociali. Sebbene, quindi, si tratti di uno strumento attivo solo da pochi anni, il 5x1000 è entrato a far parte delle abitudini della fascia mediana della popolazione italiana, in altre parole **è un comportamento che non riguarda le élites, ma l'Italia popolare.**

- **LA SCELTA DEL BENEFICIARIO: LE MODALITÀ DI CONOSCENZA DEL 5x1000**

**La modalità attraverso la quale i cittadini sono venuti a conoscenza del 5x1000 passa principalmente attraverso i legami di prossimità (36,5%).** Per “legami di prossimità” si intende: *“conoscenza diretta dell’associazione”* 26,5%, *“amici che mi hanno consigliato di farlo”* 8,8% e *“banchetti informativi delle associazioni”* 1,2%. Soltanto al terzo posto troviamo la percentuale dei cittadini che hanno impattato la novità del 5x1000 attraverso i *mezzi di promozione* (TV, radio, giornali e affissioni pubblicitarie). Una nota a parte merita però il 31,3% dei casi la cui scelta è avvenuta a seguito di una sollecitazione del professionista che si occupa della dichiarazione dei redditi (il 31,3% dei casi ha seguito questa modalità).

- **LA SCELTA DEL BENEFICIARIO: MOTIVAZIONI E PREFERENZE**

Un momento significativo è rappresentato dalla scelta dell’associazione a cui si decide di destinare la quota Irpef del 5x1000. **La fiducia sembra essere la risorsa principale che al momento guida la scelta.** I cittadini donano il loro 5x1000 alle realtà che conoscono bene, direttamente o attraverso persone affidabili, che si occupano di *“chi è meno fortunato”* (questa motivazione è scelta dal 48% dei casi), oppure con le quali si condividono dimensioni valoriali profonde. Questo è il giudizio di fondo con il quale è possibile interpretare sinteticamente i dati che emergono dalla parte di ricerca dedicata alle motivazioni e alle preferenze che accompagnano la scelta degli intervistati.

A tal riguardo le risposte degli intervistati suggeriscono in modo chiaro che **il 5x1000 rappresenta un atto mirato e intenzionale, una scelta consapevole e ponderata** attraverso la quale si esprime il proprio apprezzamento per le organizzazioni sociali che si ritiene lavorino meglio e con le quali si condividono determinati valori.

Non a caso **il 94,3% dei casi afferma di aver indicato uno specifico ente**, per di più scegliendo, nella grande maggioranza dei casi, quei settori in cui la riduzione delle risorse pubbliche provoca le reazioni più allarmate dalla parte della cittadinanza. I contribuenti scelgono, al primo posto, di donare il proprio 5x1000 **a enti che operano nel settore sanitario (38,4% dei casi)**, seguito **dall’assistenza sociale (29,5%)** e, al terzo posto, **dall’istruzione e ricerca (19,0%)**.

I dati relativi ai motivi che orientano l’opzione per un’organizzazione, indicano inoltre **l’esigenza da parte dei contribuenti di non essere considerati come clienti/utenti dei servizi ma come persone portatrici di una propria visione del mondo** che ci si aspetta di ritrovare all’interno delle associazioni o Onlus alle quali si è data fiducia.

Non a caso ben il 32,6% dei casi tra i motivi di scelta indica la condivisione del pensiero che ispira l'organizzazione che si sceglie di finanziare, un altro 24,3% degli intervistati decide di destinare il 5x1000 ad associazioni che conosce direttamente o attraverso chi vi lavora e ancora un 10% dona all'associazione nella quale opera come volontario. Solo nel 24,5% dei casi è indicata come principale criterio di scelta il tipo di iniziative promosse, ed è praticamente trascurabile la percentuale di coloro che scelgono di donare il proprio 5x1000 a enti suggeriti da chi ha compilato la denuncia dei redditi (CAF, commercialisti, etc.: solo il 3,7%).

- **USO E VALUTAZIONE DEL 5x1000**

Un ultimo riferimento alle valutazioni dei contribuenti sull'uso che le organizzazioni dovrebbero fare dei soldi ricevuti dal 5x1000. La maggior parte dei contribuenti (74,5%) non dimostra dubbi nell'affermare che i beneficiari dovrebbero investire il ricavato dal 5x1000 in nuove iniziative e progetti di sviluppo e non per spese di sostegno alle organizzazioni e all'ordinaria amministrazione. Un giudizio che però va contestualizzato e mitigato alla luce di un ulteriore dato: **7 intervistati su 10, ritengono che le Associazioni di Terzo settore non hanno risorse economiche sufficienti** (anche se 9 su 10 ritengono necessari dei controlli sui requisiti minimi delle organizzazioni ammesse al finanziamento).

- **LA STABILIZZAZIONE DEL 5x1000: LE OPINIONI DEI CONTRIBUENTI**

**Più di due intervistati su tre (66,7%) non ha dubbi nel ritenere necessaria l'emanazione di una legge che stabilizzi il funzionamento del 5x1000.**

## Disegno della ricerca e nota metodologica

Come già accennato precedentemente, la ricerca in oggetto è stata articolata in due momenti che seguono un proprio disegno e una propria metodologia di rilevazione e analisi dei dati:

- *un'indagine sui contribuenti*, nel tentativo di tracciare degli *identikit* sociale del contribuente che decide di donare il 5x1000 ad associazioni *no profit*, sulle *motivazioni* che lo fanno propendere per determinate *scelte* e sulle *valutazioni* verso gli usi e le prospettive del 5x1000 ( cap. 4);
- *un'indagine sui beneficiari* (cap. 5).

La *survey* sui *contribuenti* che hanno destinato nella dichiarazione dei redditi 2009 la quota Irpef al Terzo Settore è stata realizzata in modalità CATI (*Computer Aided Telephone Interview*) e ha riguardato un campione rappresentativo dell'universo in esame formato da 601 contribuenti che hanno destinato il 5x1000 ad un ente sociale: Onlus, Associazione di Promozione Sociale, Organizzazione di Volontariato, cooperativa. I dati raccolti sono stati analizzati attraverso il supporto di tecniche di analisi multivariata (ACM) e *Cluster Analysis*. In questa ricerca il *focus* è stato posto su tre diverse aree di indagine riguardanti i cittadini che destinano il 5x1000 al Terzo Settore, volte a esplorare:

- *le caratteristiche di base e i comportamenti pro-sociali degli intervistati;*
- *le scelte del beneficiario e le motivazioni, le modalità di conoscenza che portano a determinate scelte da parte dei cittadini;*
- *le valutazioni dei contribuenti sull'uso e sullo strumento del 5x1000.*

La ricerca rivolta alle APS del Registro nazionale dell'associazionismo è stata realizzata tra dicembre 2010 e gennaio 2011 attraverso un questionario mirato che è stato somministrato via mail. **Delle 154 APS ufficialmente iscritte al registro, 79 anno risposto al sondaggio**, con un *turn out* relativamente apprezzabile del **51%**. Il questionario è composto da nove parti, che indagano le seguenti tematiche:

1) anagrafica delle organizzazioni; 2) utilizzo fatto dei finanziamenti ricevuti tramite il 5x1000; 3) caratteristiche dei progetti sostenuti e delle tipologie dei beneficiari (siccome gran parte delle APS non hanno ancora ricevuto i finanziamenti erogati tramite il 5x1000 e non è stato perciò possibile raccogliere informazioni esaustive); 4) percezione da parte delle APS delle motivazioni dei contribuenti; 5) campagne di promozione delle APS; 6) livello di formazione degli operatori delle APS; 7) meccanismi di rendicontazione sociale (*accountability*) nei confronti dei cittadini-contribuenti; 8) potenzialità e criticità dello strumento 5x1000 e 9) la struttura delle APS intervistate.

Roma, 29 ottobre 2012